

Sms-lånefällan, en studie om skuldsättning bland unga vuxna

Johanna Ek

Examensarbete
Företagsekonomi
2017

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	6078
Författare:	Johanna Ek
Arbetets namn:	Sms-lånefällan, en studie om skuldsättning bland unga vuxna.
Handledare (Arcada):	Lind Puukko
Uppdragsgivare:	-
<p>Sammandrag:</p> <p>Sedan 2005 har det i Finland varit möjligt att lyfta kortfristiga krediter i form av sms-lån. Dessa lån har med sina höga räntevillkor lett till skuldsättning bland unga vuxna och är ett ökande samhälleligt problem. Syftet med denna undersökning är att ta reda på bakomliggande orsaker till att ta ett sms-lån, hur skuldfällan utvecklas samt hur unga vuxna blir skuldfria. Undersökningen är avgränsad att gälla unga vuxna i åldern 18-29 år. I studien används kvantitativ forskningsmetod i form av en enkätundersökning. Orsaken till att enkät används är för att respondenten ska ha möjlighet att vara anonym på grund av känsligheten i ämnet. Skuldproblem kan vara skambelagt och genom anonymitet minskar problematiken kring att vilja framställa sig i bättre dager. Webbenkäten publiceras på Facebook där 65 svar inhämtas. Därefter är data analyserad i det statistiska dataprogrammet SPSS. Resultatet från forskningen är entydigt och kan länkas samman med teorin. Som bakgrund till valet att ta sms-lån ligger uppväxt och uppföstran kombinerat med hur enkelt det är att ta denna typ av blankokredit samt snabba beslut på låneansökan. Att skuldfällan fortlöper genom frivillig och juridisk indrivning är känt bland respondenterna och låg kunskap om detta anses bidra till större skuldproblem vid betalningssvårigheter. Majoriteten av respondenterna vet vem de skulle vända sig till om de hamnade i en skuldfälla, men hur och var det erbjuds hjälp är inte lika entydigt. Skuldsanering är känt för hälften av respondenterna och hur man ansöker om det kunde 14 stycken av respondenterna svara på. Syftet med denna studie uppnåddes och resultatet från forskningen bekräftas av teorin. En slutsats man kan dra är att ens egen kunskap har en betydande påverkan allt från bakomliggande orsaker till att ta ett sms-lån, till hur man tar sig ur skulder.</p>	
Nyckelord:	Sms-lån, blankokredit, skuldsättning, skuldfälla, ränta.

Sidantal:	34
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	21.5.2018

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Business Administration
Identification number:	6078
Author:	Johanna Ek
Title:	Sms-lånefällan, en studie om skuldsättning bland unga vuxna.
Supervisor (Arcada):	Linda Puukko
Commissioned by:	-
<p>Abstract:</p> <p>Since 2005, it has been possible in Finland to lift short-term credits in forms of payday loans. These loans have with their high interest rates, led to indebtedness among young adults and are today an increasing societal problem. The purpose of this study is to examine the underlying reasons for taking payday loans, how the debt problems develops and how young adults become debt-free. This research is delimit to young adults between 18-29 years old and the study is done using the quantitative research method by making an online questionnaire. The reason why an online questionnaire is used is that the respondent should be able to be anonymous because of the sensitivity of the subject. Debt problems can be shame coated and anonymity reduces the problem of wanting to make oneself show off better. The questionnaire is published on Facebook where 65 replies are collected. The data is then analysed in the statistical data program SPSS and the results can be linked with the theory. Upbringing combined with the ease and quick decisions of taking this kind of short-term credit is seen as underlying reasons of lifting payday loans. That the debt trap expires through voluntary and legal recovery is known among the respondents, and low knowledge of that progress is considered to contribute to bigger debt problems when having payment difficulties. The majority of the respondents know whom they would turn to if they ended up in a debt trap, but how and where help is offered is not that clear. What debt mediation is, is known by half of the respondents but how to apply for it is known only by 14 of them. The purpose of this study has been achieved and the research is confirmed by the theory. As a conclusion of this study, it is seen that knowledge has a significant impact on the underlying reasons to lift a payday loan, when the depth evolves and when getting rid of the debt.</p>	

Keywords:	Payday loan, unsecured loan, debt, debt trap, interest rate.
Number of pages:	34
Language:	Swedish
Date of acceptance:	21.5.2018

INNEHÅLL / CONTENTS

1	INLEDNING	1
1.1	Problemformulering	1
1.2	Definitioner	2
1.3	Syfte	2
2	METOD	2
2.1	Val av forskningsmetod	3
2.2	Frågeguide	3
2.3	Genomförande.....	4
2.4	Reliabilitet, replikerbarhet och validitet.....	5
2.5	Källkritik	6
3	TEORI	7
3.1	Dagens konsumtionssamhälle	7
3.1.1	<i>Attityder till pengar.....</i>	<i>7</i>
3.2	Faktorer som påverkar köpbeslut.....	8
3.2.1	<i>Personliga faktorer som påverkar ett köp.....</i>	<i>9</i>
3.2.2	<i>Sociala faktorer som påverkar ett köp.....</i>	<i>11</i>
3.2.3	<i>Situationsfaktorer som påverkar ett köp.....</i>	<i>11</i>
3.3	Lån.....	12
3.3.1	<i>Att ta ett lån</i>	<i>12</i>
3.3.2	<i>Sms-lån</i>	<i>12</i>
3.3.3	<i>Marknadsföring av konsumentkrediter</i>	<i>12</i>
3.3.4	<i>Skuldfällan</i>	<i>13</i>
3.3.5	<i>Att ta sig ur skulden</i>	<i>15</i>
4	RESULTATSREDOVISNING	16
4.1	Bakgrundsinformation	16
4.2	Bakomliggande orsaker till att ta ett sms-lån	17
4.3	Respondenternas egna erfarenheter	19
4.4	Att ta sig ur en skuldfälla	21
5	DISKUSSION	23
5.1	Bakgrunden till att ta ett sms-lån	23
5.2	Skuldfällans utveckling	24
5.3	Att ta sig ur en skuldfälla	25
6	SLUTORD	26

Källor	27
Tryckta källor	27
Elektroniskt material	27
Bilagor	30

Figurer

Figur 1 Maslows behovshierarki	10
Figur 3 Sms-låne erbjudanden	13

Tabeller

Tabell 1 Kön respektive ålder.....	17
Tabell 2 Uppväxt och fostran	17
Tabell 3 Hur snabba låne-beskedet påverkar.....	18
Tabell 4 Hur svårförståelighet påverkar	18
Tabell 5 Tillfälle då du tagit ett sms-lån.....	19
Tabell 6 Någon som dig veterligen tagit ett sms-lån	19
Tabell 7 Varför valde hen sms-lån som finansieringslösning?.....	20
Tabell 8 Har du tagit ett sms-lån?.....	20
Tabell 9 Varför valde de sms-lån som finansieringslösning?.....	20
Tabell 10 Kunskapens påverkan.....	21
Tabell 11 Medvetenhet kring skuldfällans utveckling	21
Tabell 12 Hur söka hjälp	21
Tabell 13 Hjälp genom skuldrådgivning	22
Tabell 14 Saneringsansökan	22
Tabell 15 Hjälp genom skuldsanering	22

1 INLEDNING

Sedan 2005 har det varit möjligt att i Finland lyfta engångskrediter i form av sms-lån (RP 83/2014 s.8). Dessa lån lyfts på en gång och tillbakabetalningen sker genom en klumpsumma eller i mindre rater uppdelade över en bestämd tid (HBL 2016). Lånen har dessvärre orsakat att speciellt ungdomar hamnat i s.k. skuldfällor vilket idag, 12 år senare fortfarande är ett ökande samhällsproblem (HS 2017). Lånen har ökat kraftigt och trots lagändringar har man inte fått bukt på problemen (RP 83/2014 s.9-10). Allt eftersom lagändringarna gjorts har sms-lånens uppbyggnad och villkor ändrats. Räntetaket reglerades år 2014 till 51%+ referensränta på lån under 2000€, men nu har kreditgivarna omformat lånen till s.k. flexibla lån där räntan inte är reglerad (YLE 2016). Att ta sig ur en skuldfälla som sms-lånen förorsakat kan vara en lång och omfattande process (Konsument- & konkurrensverket). Samtidigt har vi vuxit in i ett konsumtionssamhälle där konsumtion spelar en allt viktigare roll och vår status baseras på vad och hur mycket vi konsumerar (Schön 2009 s. 31). Vad vi väljer att konsumera baseras sig på många olika faktorer (Mossberg & Sundström 2014 s. 108) och vår attityd till pengar grundas redan i barndomshemmet (Svanbäck & Wiraeus 2012 s.7).

1.1 Problemformulering

Skulder på grund av sms-lån har under det senaste årtiondet varit ett omtalat ämne och är den huvudsakliga orsaken till skuldsättning bland unga vuxna (RP 83/2014 s.8). HBL intervjuade kommunikationschefen Minna Mattila på Helsingfors stads skuldrådgivning som berättar om skuldspiralen och hur den kan sättas igång. Eftersom sms-lån ger möjligheten att framskjuta ekonomiska problem och många då gör det ödesdigra valet att ta ett lån för att betala bort ett gammalt, leder det till att en skuldspiral sätts igång där skulderna hinner växa sig stora innan konsumenten börjar betala av dem. Att ekonomiska problem är väldigt tabubelagda gör också att många inte vågar berätta om dem för någon eller söka hjälp berättar Mattila (HBL2016).

Att sms-lån fortfarande idag är ett ökande samhällsproblem väckte mitt intresse och jag kände att det är ett intressant ämne att forska om. Privatekonomi är en central del genom hela livet och det är viktigt att ha förståelse för det och vilka fällor som finns då man

kommer till det stadiet i livet att man ska börja ta hand om ekonomin själv. Trots alla varningar och artiklar som skrivs idag om sms-lån fortsätter det att vara ett problem vilket tyder på att det är viktigt att fortsätta sprida kunskap om god privatekonomi. Forskningen kommer att avgränsas till unga vuxna eftersom det är största problemgruppen då det kommer till sms-lån. Åldersgruppen som kommer att undersökas är 18-29 åringar, eftersom det är då möjligheten till att kunna ta sms-lån uppstår.

1.2 Definitioner

Sms-lån är en form av snabblån som per definition även kallas mobillån, snabbkredit eller korttidskredit. Lånet är en kortfristig kredit som snabbt betalas ut och ska betalas tillbaka inom 30 dagar. Eftersom återbetalningstiden är så kort kan den effektiva räntan och totalkostnaden för lånet bli väldigt hög.

Ränta är priset på en kredit och med effektiv ränta menas den totala kostnaden för krediten där räntor samt andra avgifter för att låna räknas med. Den effektiva räntan anges som en årlig ränta och räknas utifrån kreditbeloppet.

Ett sms-lån kan ansökas t.ex. genom att skicka ett sms till låneföretaget varpå krediten snabbt beviljas och betalas ut (Nationalencyklopedin).

1.3 Syfte

Syftet med detta arbete är att utreda hur sms-lån leder till skuldsättning bland unga vuxna och hur de tar sig ur skulderna.

Frågeställningarna lyder alltså:

1. Vilka är de bakomliggande orsaker till att ta sms-lån
2. Hur utvecklas de till en skuldfälla
3. Hur tar de sig ur skulderna

2 METOD

De två alternativa metoderna som används för forskning inom samhällsvetenskapen är de kvalitativa och de kvantitativa forskningsmetoderna (Nationalencyklopedin).

Den *kvalitativa metoden* är den grundläggande forskningsmetoden inom hermeneutiken och med denna metod strävar forskaren till att finna en djupare förståelse i det hen undersöker. Inom forskningen används t.ex. fallstudier och djupintervjuer. Den kvalitativa forskningsmetoden kritiseras dock ofta för att ha en lägre replikerbarhet och reliabilitet än den kvantitativa forskningsmetoden (studeravidare.se).

Utgångspunkten för den *kvantitativa metoden* är att det alltid finns en objektiv verklighet som mäts för att få information. Här använder sig forskaren av statistik och kvantifierbara data. Frågorna ger bevisbara och mätbara resultat och för forskningen kan användas t.ex. enkätundersökningar och randomiserade försök. (studeravidare.se). Denna metod kritiseras bl.a. för att den förlitar sig i en för hög grad på mätinstrument och mätprocedurer. (diva-portal.se)

2.1 Val av forskningsmetod

För att få svar på syfte och forskningsfrågor kommer den kvantitativa metoden att användas. Orsaken till detta är känsligheten av ämnet, och genom att använda den kvantitativa metoden kan deltagarna vara anonyma.

En vanlig datainsamlingsmetod inom den kvantitativa forskningen är enkätmetoden som även kommer att användas i denna forskning. Denna metod skiljer sig från andra kvantitativa metoder (t.ex. strukturerade intervjuer) då det inte behöver finnas en intervjuare närvarande utan respondenten läser själv frågorna och svarar på dem. Då deltagaren själv läser frågan måste frågorna vara ställda klart och tydligt och pga. detta brukar frågorna ha fastställda svarsalternativ framför öppna frågor. Att använda sig av enkätundersökning är även en billig intervjuform eftersom man kan nå ut till många deltagare på kort tid. Med enkät minskas också problematiken med att respondenten vill framställa sig i bättre dager eftersom hen kan hålla sig anonym (diva-portal.se).

2.2 Frågeguide

För att samla in material för min undersökning har jag valt att göra upp en webbenkät. Genom att använda webbenkäter kan jag snabbt, enkelt och billigt nå ut till personer i rätt åldersgrupp. Enkäten är skapad i plattformen surveyplanet där man gratis kan skapa webbenkäter utan restriktioner på antal frågor eller svar.

Enkäten består av 17 frågor där de två första frågorna täcker information kring respondenten såsom kön och ålder. Eftersom undersökningen avser personer i åldern 18-29 är en åldersfråga skapad så att man endast kan gå till vidarefrågor om man är inom rätt åldersgrupp.

Efter bakgrundsfrågor följer specifika frågor angående sms-lån. I fråga nummer 3, 4 och 5 svarar respondenten på frågor kring bakgrunden till att ta ett sms-lån. Dessa frågor är till för att ge svar på den första forskningsfrågan ”bakgrunden till att ta ett sms-lån”. Respondenten får svara på hur mycket hen håller med om ett visst påstående.

Därefter följer fem frågor kring att ta ett sms-lån, ifall respondenten själv tagit, känner någon som tagit ett eller om hen kan tänka sig ta ett lån av detta slag. Syftet med dessa frågor är att även ge svar på av vilka orsaker sms-lån tagits. Jag har även valt ta med en fråga om respondenten känner någon som tagit ett sms-lån och ifall hen vet orsaken till varför lånet togs.

Fråga nummer 11 och 12 är frågor kring skuldfällan, om respondenten vet vad den innebär och ifall låg kunskap om denna påverkar ens skuldproblem. Dessa frågor kommer att svara på forskningsfrågan kring skuldfällans utveckling.

De resterande fem frågorna kommer att ge svar på hur ungdomar tar sig ur skuldfällan. Här får respondenten svara på frågor kring att ta sig ur en skuldfälla och om respondenten vet hur hen själv skulle göra om hen hamnade i skuldproblem.

2.3 Genomförande

Innan jag skickade ut min enkät gjorde jag ett test av min frågor med hjälp av en s.k. testgrupp. Detta innebär att man skickar ut en enkät till en grupp människor innan man publicerar enkäten. Detta görs för att testa ifall enkäten är ”klar”, alltså ifall frågorna är logiska och lätta att förstå för en utomstående innan man börjar ta emot svar (lansstyrelsen.se). Jag skickade ut enkäten till några vänner som fick agera som testgrupp innan jag publicerade den.

Då min testgrupp ansåg mina frågor klara publicerade jag min enkät på Facebook i två omgångar, där jag slutligen fick 65 svar. Med hjälp av Facebook når jag lätt ut till den önskade målgruppen eftersom de vänner jag har på Facebook befinner sig i den rätta åldersgruppen för min undersökning.

Detta är ett så kallat bekvämlighetsurval som inte baserar sig på sannolikhet utan här påverkar forskaren själv urvalet i en viss utsträckning. Detta urval bygger på vad som passar för forskaren och vad som finns forskaren närmast till handa. Denna metod kan användas i mindre forskningsprojekt som har en begränsad budget och tid. Detta är alltså ett enkelt, snabbt och billigt val av forskningsmetod (forskningsstrategier.wordpress.com).

2.4 Reliabilitet, replikerbarhet och validitet

De tre mest framstående bedömningsgrunderna inom företagsekonomisk forskning är reliabilitet, replikerbarhet och validitet. Med reliabilitet avses tillförlitligheten och följdriktigheten av forskningen, alltså om slutresultaten av en likadan forskning skulle bli det samma eller om forskningen påverkas av slumpmässiga eller tillfälliga orsaker. För att bedöma hur reliabel en forskning är kan replikering genomföras vilket betyder att en forskare upprepar samma undersökning igen. Validiteten handlar om en bedömning av om de slutsatser som tagits fram i undersökningen hänger ihop, alltså om begreppet i verkligheten mäter begreppet i fråga (Bryman och Bell 2011 s. 62-63).

De två varandra liknande forskningsinstrument inom den kvantitativa metoden som presenteras i boken företagsekonomiska forskningsmetoder av Alan Bryman och Emma Bell (2011 s. 246) är enkäter och strukturerade intervjuer. Den påtagligaste skillnaden är att intervjuaren inte är närvarande i en enkät. I denna forskning har just det varit den avgörande faktorn till att enkät valdes då ämnet är väldigt känsligt och anonymiteten är viktig.

Fördelar med enkäter är att de är billiga och snabba att administrera. Enkäter medför inte heller en s.k. intervjuareffekt, vilket betyder att respondenten inte påverkas i sina svar p.g.a. intervjuarens närvaro. Man har hävdade att orsaker som intervjuarens kön, ålder och etnisk bakgrund kan orsaka skevhet i respondentens svar. Enkäter påverkas inte heller av variation vid formuleringen av frågor och de kan även anpassas bättre då respondenten själv väljer när hen vill ta sig tid för att svara. Fördelar med webbenkäter är att man snabbt kan nå många personer och avstånd orsakar inte något problem.

Nackdelar med enkäter är att svårtydda frågor kan leda till opålitliga svar eftersom intervjuaren inte kan hjälpa till att tolka frågorna. För att undvika feltolkning i denna forskning är alla frågor testade på en testgrupp innan de publicerats. Uppföljningsfrågor

kan inte användas vid enkätundersökningar och för många frågor kan orsaka att respondenten tröttnar. Då man skickar ut en enkät kan man inte säkerställa att rätta personer svarar på frågan eftersom man inte kan se respondenten. Bland de viktigaste begränsningar inom enkätundersökning är bortfallet, vilket innebär att man inte får önskade antal svar. Denna undersökning påverkas dock inte av detta eftersom urvalet inte är utvalt i förväg utan webbenkät används tills önskat antal svar är inhämtade (Bryman och Bell 2011 s. 246-247). Nackdelen med webbenkäter är att respondenten kan ha en personlig relation till forskaren vilket i detta fall kan påverka eftersom de flesta som svarar är facebookvänner till forskaren. För att undvika detta har webblänken till enkäten delats vidare för att nå personer som inte har någon direkt koppling till forskaren. Deltagarna behöver inte oroa sig för konfidentialitet gällande deras svar då de kan vara anonyma.

2.5 Källkritik

I boken källkritik av Torsten Thurén (2013) presenteras de fyra källkritiska principerna. Principerna består av fyra följande kriterier:

Äkthet, alltså att källan ska vara sann och det den utger sig för att vara.

Tidssamband handlar om tiden emellan händelse och berättelse. Desto längre tiden är emellan dem, desto större skäl finns det att tveka på källan.

Oberoende, vilket betyder att källan inte ska vara baserat på t.ex. referat utan bör ”stå för sig själv”. Ett exempel på när en källa inte är oberoende är då informationen gått från mun till mun och sedan skrivits ner. I sådana fall har historien en tendens att ändras på vägen.

Tendensfrihet, betyder att källan inte påverkas av personliga, ekonomiska eller andra egna intressen som kan ändra verklighetsbilden (Thurén 2013 s.7-8).

Källorna jag har använt är noggrant analyserade, och jag har till största del valt att använda böcker samt e-material som jag bedömt tillförlitliga. Böckerna innehåller uppdaterad och ej föråldrad information samt bedömer jag dem oberoende och opåverkade av egna åsikter. E-materialet är jämfört med fler källor på internet för att kunna användas tillförlitligt.

Jag har även valt att använda en bok (attityder till pengar) som baserar sig på personers egna erfarenheter, detta för att få en verklighetskoppling. Dock kan den informationen inte likställas med verkligheten då den baserar sig på några personers egna erfarenheter.

3 TEORI

3.1 Dagens konsumtionssamhälle

Vi har vuxit in i ett konsumtionssamhälle där konsumtionen spelar en allt viktigare roll och har utvecklats till en statusskapare som bestämmer vår status utgående från hur mycket vi konsumerar. Polske sociologen Zygmunt Bauman berättar i sin bok ”’arbete, konsumtion och den nya fattigdomen’” om hur konsumtion skapar människornas identitet. Enligt honom får man sin position idag utgående från hur mycket man konsumerar och den som avstår från konsumtion, frivilligt eller icke betraktas som en människa med lägre status. I konsumtionssamhället räcker det inte med att bara ha mat, kläder och tak över huvudet. Fattigdomen blir relativ och som en dom som fälls av andra (Schön 2009 s.31-32).

Även om vi konsumerar dubbelt så mycket som föregående generation har vi inte blivit lyckligare av det. Materiellt välstånd ger lycka upp till en viss nivå t.ex. att ha mat och någonstans att bo. Forskning visar att människor relaterar sin lycka till vad andra i samhället äger och konsumerar och ligger man lågt under medelkonsumtionen känner man sig olycklig. Ett samhälle där klyftorna mellan rika och fattiga ökar blir olyckligare, vilket är ett samhällsligt problem och en negativ spiral för den enskilde konsumenten (Schön 2009 s.34-35).

3.1.1 Attityder till pengar

I Svanbäcks och Wireaus antologi om pengar och ångest har de valt ut tio unga finländare att berätta om hur deras relation till pengar är och hur de konsumerar. I boken tas nyfattigdom, medelklasstristess och lyxfällor upp som är symtom för tiden vi lever i idag. Här följer två ungas historier (Svanbäck & Wireaus 2012 s.7):

En tredje deltagare i boken är en kvinna som berättar om sin relation till pengar. På sitt konto har hon vid skrivtillfället 39€ och hennes senaste inköp är bl.a. öl, kaffe och tea-

terbiljetter. Kvinnan har stor ångest och kan inte sova om nätterna då hon tänker på sin ekonomi. Kvinnan har en bakgrund i en fattig familj och förklaringen till varför de aldrig åkte på resa, skaffade en ny bil eller hade lika nya och fina saker som hennes kompisar fanns i de nattliga samtalen om pengar hon kunde höra sina föräldrar ha. Under gymnasietiden ville hon leva lika flott som alla andra för att uppnå status. Hon fick ett parallellkort för nödvändigheter av sin pappa men överskred kreditgränserna för att kunna gå klädd i olika statussymboler. Hon berättar att idag då lönen kommer in på kontot kan hon inte vara utan att sätta sprätt på den, hon köper saker hon varken behöver eller vill ha och låtsas som om summorna inte bekommer henne, hon lägger allt mer tid ner på att tänka på konsumtion (Svanbäck & Wiraeus 2012 s.71-77).

Den sista historien handlar om en kvinna som börjar med att berätta att hon är en snål jävel. Hon mår dåligt varje gång hon gör av med mycket pengar och hon grubblar länge över om hon ska köpa saker eller inte, och även efter köpet då hon tänker på om köpet var förnuftigt. Hon skriver upp alla sina utgifter och berättar om att hon förstört t.ex. middagar genom att bara tänka på vad det kostade. Allt började redan i barndomen då hon lurade sin lillebror genom att byta femmor mot tior och redan då knep det i magen när hon skulle köpa något. Hon bygger idag hela tiden på en buffert som hon tänker att hon kanske någon gång behöver, och berättar även att hon känner skam över sin girighet och sitt kontrollbehov, men att hon ändå inte kan vara utan känslan av kontroll. Kvinnan växte upp i en familj som hade det bra ekonomiskt ställt med en pappa som hade en stark bokföringsdisciplin och en mamma som prioriterade kvalitet framför pris (Svanbäck & Wiraeus 2012 s. 27-30).

3.2 Faktorer som påverkar köpbeslut

Köpprocessen är uppdelad i fem olika faser varav en består av ”bedömning av alternativ” som förklarar vilka faktorer påverkar människors beslutstagande vid ett köp. Här indelas beslutstagande i personliga, sociala och situationella faktorer (Mossberg & Sundström 2014 s. 108).

3.2.1 Personliga faktorer som påverkar ett köp

- **Demografi och livsstil** påverkar vid konsumentens köp eftersom konsumtionsmönstret skiljer sig uppenbart beroende på ålder, kön, etnisk bakgrund, inkomst, yrke och familjesituation. Beroende på dessa faktorer har vi olika intressen och efterfrågan vid köp (Mossberg och Sundström 2014 s.118).
- **Engagemang** handlar om vilken personlig betydelse ett köp har för konsumenten och vilket intressen hen har för produkten. Det här innebär vilka personliga konsekvenser konsumenten upplever att köpet ger t.ex. kommer köpet göra mig lyckligare, vilka är riskerna och vad kommer andra att tycka om köpet. Om konsumenten känner att hen kan bli beundrad av köpet kan det ge ett värde av ökat självförtroende (Mossberg & Sundström 2014 s.119).
- **Perception** innebär hur vi individuellt uppfattar, tolkar och tar emot olika stimuli (t.ex. reklam). Vi gör den uppfattningen med hjälp av våra fem sinnen, syn, hörsel, smak, lukt och känsel (Mossberg och Sundström 2014 s. 119-120).
- **Motiv och behov** är utgångspunkten vid ett köp, därmed även kundens värden och intressen. Då en produkt uppfattas möta ett behov hos kunden aktiveras motivationen. Behoven kan indelas i två kategorier: Nyttointriktade vilket betyder funktionella produkttegenskaper som mat, och njutnings- och upplevelseinriktade behov som nöjen och drömmar (Mossberg & Sundström 2014 s.121).

Abraham Maslow, förgrundsgestalten för den humanistiska psykologin byggde upp en behovspyramid (motivhierarki) som modell för att förklara olika sorters behov. Enligt Maslow förklaras människans motivation beroende på hur hög grad hans behov är tillfredsställda. Då de primära (lägre) behoven är tillfredsställda börjar människan motiveras till de mer utvecklade behoven (Laine & Vilkkö-Riihelä 2006 s. 75).



Figur 1 Maslows behovshierarki

- Med **Lärande** avses förändring i beteende till följd av ny erfarenhet och information. Om konsumenten upplever inköpet relevant beror på personens kunskaper och vilka konsekvenser produkten upplevs ge upphov till (Mossberg & Sundström 2014 s.123).
- **Attityd** är personens gillande eller ogillande av en sak eller idé och indelas i *kognition*, *känsla* och *avsikt*. Med kognition menas det man tror och tänker om objektet, känslan är vad man känner för objektet (t.ex. trygghet eller lycka) och med avsikt menas intentioner att göra något med anknytning till objektet (t.ex. positivt förhållande till första sms-lånet leder till att kunna tänka sig ta ett nytt) (Mossberg & Sundström 2014 s.124).
- **Personlighet** varierar från person till person och är unik för alla. Man indelar vanligen personer i extroverta(utåtriktade) och introverta(inåtriktade) men även i mindre kategorier som ungdomlig, gammaldags, snål eller äventyrlig. Dessa olika personlighetsdrag påverkar givetvis i beslutsprocessen (Mossberg & Sundström 2014 s. 125).

3.2.2 Sociala faktorer som påverkar ett köp

- **Roller och familj** påverkar beslutsprocessen eftersom vi har olika roller och positioner i grupper och vi har olika familj med olika värderingar och intressen. Roller handlar om olika aktiviteter och handlingar som förväntas av en person i olika sammanhang. Och när det kommer till familj kan man exempelvis ha rollen som "köpare" om man ska ut på resa medan någon annan i familjen är initierare, den som kommer med förslaget att resa (Mossberg & Sundström 2014 s.126).
- **Referensgrupper** är de grupper som finns runt omkring konsumenten som man kan vända sig till för att få hjälp i beslutsfattandet, alltså har referensgrupperna ett inflytande i personens attityder och beteenden. Referensgrupper kan vara familjer, studiekamrater och arbetskamrater (Mossberg & Sundström 2014 s.127).
- **Klasstillhörighet** handlar om rangordning i samhället. Indelning kan baseras på t.ex. inkomst, utbildning, yrke och välstånd. Dessa olika grupper kan vara intresserade av olika saker och personer inom samma grupp har liknande värden intressen och värderingar (Mossberg & Sundström 2014 s.128).
- **Kultur och subkulturer** påverkar köp och beslut. Det kan handla om utbildning, mat, religion och vad som är acceptabelt beteende i ett visst samhälle. Kultur delas sedan upp i mindre kategorier, subkulturer som kan vara ett visst geografiskt område eller en viss etnisk grupp. I dessa subkulturer delar man samma värderingar och om man tar mat som exempel i olika geografiska områden kan man märka att det säljs olika slags mat i butikerna i Kina och i USA (Mossberg & Sundström 2014 s.129).

3.2.3 Situationsfaktorer som påverkar ett köp

Med situationsfaktorer avses de faktorer som är externa vid konsumentens köpbeslut. De här faktorerna bestäms i den omedelbara omgivningen och kan påverka konsumentens beteende, vilket är uppenbart. Ett exempel kunde vara vädret. Om det skulle regna ute kan konsumenten välja att handla på gallerian istället för gågatan (Mossberg & Sundström 2014 s.129).

3.3 Lån

3.3.1 Att ta ett lån

Under senaste årtionden har möjligheterna till att ta lån ökat kraftigt och idag finns att stort antal företag som erbjuder olika former av lån. Det är lättare än någonsin att handla utan att ha pengar och företag erbjuder s.k. blancolon dvs. lån utan säkerhet. De flesta långivare kontrollerar hur sannolikt det är att låntagaren inte kan återbetala lånen genom att göra en s.k. kreditupplysning som visar låntagarens inkomst och eventuella betalningsanmärkningar (Elinder 2015 s. 134).

3.3.2 Sms-lån

Lån som ökat kraftigt under senaste åren är sms-lånen. Detta är alltså små kortfristiga konsumtionskrediter som beviljas utan säkerhet och lånebeloppet ligger oftast mellan 50€ och 200€, med en återbetalning mellan 30 dagar till fem år. Låneansökan görs snabbt och enkelt med en mobiltelefon och lånet kan finnas på kontot redan inom en timme. Vissa företag ger även ut lån till personer med betalningsanmärkningar och räntan på denna typ av lån är vanligtvis väldigt hög (Elinder 2015 s. 137). År 2013 skärptes lagarna på sms-lån då det sattes ett räntetak på 51%+referensränta på krediterna under 2000€ och kreditgivarens skyldighet till att bedöma låntagarens kreditvärdighet skärptes även (RP 2014 s. 10),(RP 2012 s.12). I och med denna lagändring har sms-lånen ändrats och nu erbjuder företagen mindre s.k. flexibla lån där räntorna inte är reglerade. På kreditgivarnas hemsidor finns oftast någon form av låneräknare men vissa kostnader framkommer inte innan man får låneerbjudandet. (YLE 2016).

3.3.3 Marknadsföring av konsumentkrediter

Vid marknadsföring av konsumentkrediter finns krav på vilken information som behöver framgå i reklamen. Följande information bör finnas med:

- Effektiv ränta
- Kreditränta samt övriga kostnader
- Kreditbelopp
- Lånets löptid

Denna information ska i reklamen lämnas klar synligt och koncist, vilket innebär att konsumenten ska ha en möjlighet att kunna se/höra informationen utan svårigheter. När det kommer till reklam på nätet är koncishet viktigt och informationen får t.ex. inte vara utspridd på olika håll på sidan. Innan ett avtal ingås måste även ett faktablad med ”Standardiserad europeisk konsumentkreditinformation” ges konsumenten med information om kreditgivare och tagare samt nyttigheten krediten avser och påföljder vid avtalsbrott (kkv.fi).

Marknadsföringen av snabblån har kritiserats genom åren och städer har bl.a. förbjudit marknadsföring av dessa på stans ägda reklamplatser. Många av låneföretagen har inte tydlig information om den faktiska lånekostnaden på sina nätsidor (financer.com)

Här följer tre exempel på olika kreditgivares låneerbjudanden (vertaaensin.fi).

Kreditgivare	Lånebelopp	Återbetalning	Betalningstid	Ålder	Årlig ränta
Easycredit	500€	606€	6 mån	20år	99,28%
Ainalaina	500€	777€	6 mån	21år	389,03%
Viikinkilaina	500€	834€	6 mån	21år	555,14%

Figur 2 Sms-låne erbjudanden

3.3.4 Skuldfällan

Betalningsanmärkning

I Finland är Suomen Asiakastieto Oy det ledande företaget i att bedriva kreditupplysningsverksamhet och anteckningar om betalningsstörningar förblir i registret i 2-3 år. En privatpersons betalningsstörning kan antecknas i registret ifall:

- o Betalningen av en konsumtionskredit försenats mer än 60 dagar, förutsatt att det står i kreditavtalet och att en betalningsuppmaning sänds till gäldenären 21 dagar tidigare.
- o Man har blivit dömd till att betala en skuld
- o Då det i utsökning konstaterats att man är medellös
- o Om man är beviljad eller i frivillig skuldsanering

Då man fått en betalningsanmärkning betyder det i praktiken att man inte är tillåten att ha kreditkort och att möjligheterna till att få kredit försvåras. Man kan inte ingå avtal om avbetalning och får svårigheter med att hyra en bostad och teckna telefonabonnemang. Att få en arbetsplats kan även försvåras (Konkurrens- & konsumentverket).

Betalningspåminnelse (frivillig indrivning)

14 dagar efter en räknings förfallodag skickas en betalningspåminnelse ut och kostar inget för gäldenären men går det ytterligare två veckor skickas en ny påminnelse ut där det även tillkommer en påminnelsekostnad på 5 euro. En betalningspåminnelse leder ännu inte till en anteckning om betalningsstörning. Vid det här skedet lönar det sig för gäldenären att komma överens om en ny betalningstid och en betalningsplan med fordringsägaren ifall hen inte har möjlighet att betala (Konkurrens- & konsumentverket).

Indrivning (frivillig indrivning)

Om skulder trots påminnelser inte betalas kan fordringsägaren överlåta indrivningen till ett indrivningsföretag (t.ex. Lindorff) som skickar ut betalningskrav. Då ett indrivningsföretag tar över tillkommer det kostnader för de två första betalningskraven som skickas ut till gäldenären. Kostnaderna som tillkommer vid betalningskraven har ett maximalbelopp och på första kravbrevet varierar kostnaderna mellan 14 och 50 euro beroende på beloppet. På det andra betalningskravet som skickas ut 14 dagar efter det första varierar kostnaderna mellan 60 och 210 euro (Konkurrens- & konsumentverket).

Tingsrätten (juridisk indrivning)

Om räkningen blir obetald trots betalningskraven kan fordringsägaren dra ärendet inför domstolen. Då domen fällts kan indrivningsprocessen fortsättas genom myndigheterna och ifall fordringarna är Statens, kommunernas eller obligatoriska försäkringsavgifter t.ex. böter kan de utsökas utan domstolsbeslut. Till en följd av rättegångskostnader ökar skulderna med ytterligare 110 till 240 euro (Konkurrens- & konsumentverket).

Utmätning (juridisk indrivning)

Då domen fällts går skulderna vidare till utmätning. Genom utmätning försöker man säkerställa att en fordran som är i indrivning ska bli betald. Utmätning riktas först mot

gäldenärens löne-, pensions-, eller näringsinkomst. Därefter utmäts löseegendom som kan vara i form av t.ex. fordon, värdepapper eller bostadsaktier. Till sist kan även fast egendom som t.ex. jord utmätas. Egendom som utmäts säljs och omvandlas till pengar för att skulden skall kunna bli betald. I vissa fall kan utmätningsmannen fastställa en betalningsplan för gäldenären istället för att mäta ut lön eller egendom. Beloppen som fastställs i betalningsplanen är de samma som annars skulle utmätas men gäldenären sköter det själv genom att följa planen. (Oikeus.fi)

3.3.5 Att ta sig ur skulden

Skuldrådgivning

Då en gäldenär råkar ut för betalningssvårigheter kan hen kontakta kommunens ekonomi- och skuldrådgivare som kan hjälpa till med hantering av privatekonomin. Kommunerna kan även bevilja en social kredit till en lågavlönad eller mindre bemedlad person som inte har möjlighet att ta kredit med rimliga villkor. Dessa kommunbeviljade krediter har en måttlig årlig ränta och kommunen är pliktig att arrangera ekonomisk handledning (Suomi.fi)

Konsumentrådgivning

Via konkurrens- och konsumentverkets hemsida kan man även komma i kontakt med konsumentrådgivning t.ex. om ett snabblån man tagit blivit förvånansvärt dyrt/man anser att något strider mot lagen.

För att komma i kontakt med en rådgivare får man börja med att lämna in en reklamation till företaget man tagit sms-lån av för att förhandla (t.ex. räntor, avbetalningsplan). Om förhandlingen inte ger önskat resultat kan man ta kontakt (även anonymt) med en konsumentrådgivare som hjälper till med tolkning av lagstiftningen samt konsumentens rättigheter och skyldigheter. Denna vägledning och medlingshjälp är helt kostnadsfri (Konsument- och konkurrensverket).

Garantistiftelsen

Överskuldsatta privatpersoner kan bli beviljade saneringslån med garantistiftelse som borgen, vilket betyder att privatpersonen kan bli beviljad ett banklån (för bättre villkor)

för att ha möjlighet att betala av sina skulder. Garantistiftelsen erbjuder också telefon- och chattrådgivning och utvecklar metoder som hjälper hushåll att klara av sin ekonomi (Garantistiftelsen).

Skuldsanering

Då skulder blir omöjliga för gäldenären att betala kan hen ansöka om skuldsanering. Ansökan ska göras till tingsrätten i hemkommunen som beviljar det och gör upp en betalningsplan för kommande åren. Ansökningsblanketter finns att få på oikeus.fi hemsida, tingsrättens kansli och av ekonomi- och skuldrådgivarna (Konsument- och konkurrensverket).

För att kunna bli beviljad skuldsanering måste följande förutsättningar uppfyllas:

- Gäldenären har försökt att göra upp med fordringsägarna
- Gäldenären kan omöjligen betala sina skulder och en förbättring kan inte väntas
- Betalningsförmågan försämras plötsligt pga. t.ex. arbetslöshet
- Skulderna är orimliga gentemot betalningsförmågan

Då gäldenären fullgjort sin betalningsskyldighet enligt betalningsprogrammet frigörs denne från resterande skulder (Konsument- och konkurrensverket).

4 RESULTATSREDOVISNING

Under denna rubrik kommer frågorna och svaren att presenteras varefter de kommer att knytas samman i en analys för att få svar på forskningsfrågorna och syftet. Totalt svarade 65 personer på enkäten som bestod av 17 frågor kring skuldfällans förlopp. Resultatet är framtaget med hjälp av statistikprogrammet SPSS där data är analyserad.

4.1 Bakgrundsinformation

För att dela in respondenterna i olika grupper och få svar från önskad åldersgrupp används bakgrundsfrågorna ålder och kön. I tabellen nedan kan man se att 18 (~28 %) av respondenterna är män och 47 (~72 %) är kvinnor där åldersgruppen 26-29 är minst representerad bland båda könen. Skillnaden bland fördelningen av både ålder och kön är signifikant då största delen av respondenterna är kvinnor i åldern 18-25 år.

Ålder	Man	Kvinna	Totalt
18-21	7	21	28
22-25	7	23	30
26-29	4	3	7
Totalt	18	47	65

Tabell 1 Kön respektive ålder

4.2 Bakomliggande orsaker till att ta ett sms-lån

Efter bakgrundsfrågor följer frågor kring bakomliggande orsaker till att ta ett sms-lån. Avsikten med dessa frågor är att ge svar på forskningsfrågan ”bakgrunden till att ta ett sms-lån”. Detta genom att respondenten svarar på frågor som enligt teorin bidrar till dessa konsumtionslån. Frågorna som ger svar på detta i min enkät är fråga 3, 4, 5 och 10.

I tabellen nedan kan man se att största delen av respondenterna är av åsikten att uppväxt och fostran påverkar till att ett sms-lån. Av respondenterna är det 54 % som är av åsikten att det påverkar mycket eller ganska mycket medan 31 % anser att det påverkar till en viss del.

	Hur mycket anser du att uppväxt och fostran påverkar till att ta ett sms lån?						Totalt
Kön	Mycket	Ganska mycket	Till en viss del	Ganska lite	Lite	Vet ej	
Man	2	10	5	1	0	0	18
Kvinna	9	14	15	3	2	4	47
Totalt	11	24	20	4	2	4	65

Tabell 2 Uppväxt och fostran

Sms-lån marknadsförs bland annat för det snabba låne-beskedet. I nedanstående fråga får respondenten svara på om hen anser att just det kan vara en bidragande faktor till att ta ett sms-lån.

Största delen av respondenterna svarade här att det antingen påverkar mycket (37 %) eller ganska mycket (49 %). Fyra personer ansåg att det inte påverkar särskilt mycket.

	Att ta ett sms-lån är väldigt enkelt. Hur mycket anser du att just det bidrar till att ta ett sms-lån					Totalt
Kön	Mycket	Ganska mycke	Till en viss del	Ganska lite	Lite	
Man	7	8	1	2	0	18
Kvinna	17	24	4	0	2	47
Totalt	24	32	5	2	2	65

Tabell 3 Hur snabba låne-beskedet påverkar

Vid marknadsföringen av sms-lån kan villkoren vara något svårförståeliga och information t.ex. om vad det konkret betyder ifall man inte betalar tillbaka inom utsatt tid och vad effektiv ränta innebär kan man inte läsa om. I fråga nummer fyra utreds om respondenterna anser att svårförståeligheten kan bidra till oväntade problem. På denna fråga anser 85 % att det gör det. Av de resterande anser 5 % att det inte bidrar medan 10 % inte har ett svar på frågan.

	Villkoren för sms-lån kan vara något undangömda och svår-förståeliga. Anser du att just det kan bidra till oväntade skuldproblem?			Totalt
Kön	Ja	Nej	Vet ej	
Man	16	1	1	18
Kvinna	39	2	6	47
Totalt	55	3	7	65

Tabell 4 Hur svårförståelighet påverkar

Eftersom konsumtion är stort i dagens samhälle utreds det i fråga 10 (flersvarsfråga) om respondenterna skulle vara beredda på att ta sms-lån för konsumtion. Enligt teorin kan man gå in i en ond spiral om man tar sms-lån för att täcka gamla skulder. I denna fråga utreds därför också om någon skulle kunna vara ett offer för denna skuldspiral.

Majoriteten (89 %) kunde inte tänka sig ta ett sms-lån vid något av tillfällena men av de som svarade ja på konsumtionsfrågorna var svaren utspridda. Av männen var det fyra stycken som kunde tänka sig ta ett sms-lån för konsumtion och räkningar. En av dem skulle kunna tänka sig ta ett sms-lån för alla tillfällen medan tre resterande kunde tänka sig ta det för fest och resa. Av kvinnorna var det tre stycken som kunde tänka sig ta ett sms-lån för fest, shopping och räkningar. En av respondenterna svarade på annat där hen svarade ”resa, aldrig igen”

	Skulle du vid något av följande tillfällen kunna tänka dig ta sms-lån						Totalt
Kön	Fest	Shopping	Resa	Räkningar	Nej	Annat, vad?	
Man	3	1	3	1	12	1	18
Kvinna	2	2	0	2	42	0	47
Totalt	5	3	3	2	55	1	65

Tabell 5 Tillfälle då du tagit ett sms-lån

4.3 Respondenternas egna erfarenheter

Efter bakgrundsfrågorna följer frågor kring respondenternas egna erfarenheter. Här får de svara på om de själv eller någon de känner tagit sms-lån, orsaker till varför de gjorde det och bidragande faktorer. I fråga nummer sex och sju får respondenten svara på om de känner någon som dem veterligen tagit sms-lån och varför de gjorde det. Det visar sig att 20 stycken känner någon som tagit ett sms-lån vilket motsvarar över 30 % av respondenterna.

	Känner du någon som dig veterligen tagit ett sms-lån		Totalt
Kön	Ja	Nej	
Man	5	13	18
Kvinna	15	32	47
Totalt	20	45	65

Tabell 6 Någon som dig veterligen tagit ett sms-lån

Den främsta orsakerna till varför personen de känner hade tagit ett sms-lån var p.g.a. snabbheten och enkelheten. Tre stycken hade svarat att personen behövt ta ett sms-lån för att täcka andra räkningar vilket enligt teorin kan orsaka en ond skuldspiral. Personen som svarade under ”Annat, vad?” beskrev att personen hen känner var kortsiktig i sitt beslut.

Varför valde hen sms-lån som finansieringslösning?	Antal	Procent
Ingen jag känner har mig veterligen tagit ett sms-lån	44	65 %
Enkelt	6	9 %
Snabbt	8	12 %
För att betala räkning	3	3 %
Vet ej	6	9 %
Annat	1	2 %
Totalt	68	100 %

Tabell 7 Varför valde hen sms-lån som finansieringslösning?

På fråga åtta och nio svarar respondenten på som hen själv tagit ett sms-lån och orsaken till det. Av de 65 svarande två stycken ja vilket motsvarar ca 3 % av totalen.

	Har du tagit ett sms-lån?		Totalt
	Ja	Nej	
Kön			
Man	1	17	18
Kvinna	1	46	47
Totalt	2	63	65

Tabell 8 Har du tagit ett sms-lån?

Orsakerna till varför de hade tagit sms-lån var för den ena personen enkelheten medan den andre svarade för både enkelheten och snabbhetens skull men även för att betala räkningar.

Varför valde du sms-lån som finansieringslösning?	Antal	Procent
Jag har inte tagit sms-lån	63	94 %
Enkelt	2	3 %
Snabbt	1	2 %
Räkningar	1	2 %
Totalt	67	100,0%

Tabell 9 Varför valde de sms-lån som finansieringslösning?

Enligt teorin kan skam över skulder vara en orsak till att man inte söker hjälp. Den frågan ställs även för respondenten att svara på, vilket anses av nästan alla vara en bidragande faktor. Endast en av de 65 svarande var av åsikten att skam inte bidrar till att man inte söker hjälp.

I fråga nummer 16 får respondenten svara på en fråga angående skuldfällans fortlöpande. Att ha låg kunskap om hur en skuldfälla ser ut (eller vad som händer om man låter bli att betala räkningar) anses av största delen även bidra till större skuldproblem

då man har betalningssvårigheter. Av respondenterna ansåg 70 % att låg kunskap påverkar antingen mycket eller ganska mycket.

	Hur mycket anser du att låg kunskap om skuldfällans förlopp bidrar till ett större skuldproblem då man har betalningssvårigheter?					Totalt
Kön	Mycket	Ganska mycket	Till en viss del	Ganska lite	Vet ej	
Man	5	6	5	0	2	18
Kvinna	19	15	8	2	3	47
Totalt	24	21	13	2	5	65

Tabell 10 Kunskapens påverkan

När det kommer till skuldfällans fortlöpande visar det sig att största delen (ca 86 %) vet hur loppet av obetalda fakturor ser ut. 13 % av kvinnorna respektive 17 % av männen känner inte igen händelseförloppet.

	Är du medveten om att skuldfällan fortlöper genom betalningspåminnelse, betalningsanmärkning, indrivning, tingsrätten, utmätning?		Totalt
Kön	Ja	Nej	
Man	15	3	18
Kvinna	41	6	47
Totalt	56	9	65

Tabell 11 Medvetenhet kring skuldfällans utveckling

4.4 Att ta sig ur en skuldfälla

På de sista frågorna får respondenterna svara på frågor kring vad man kan göra om man hamnar i en skuldfälla, hur man tar sig ur den och vem man kan vända sig till. På frågan om huruvida respondenten vet vem hen skulle vända sig till om hen hamnade i en skuldfälla var inte helt självklart. Över 36 % av svaranden visste inte vem de skulle vända sig till om de hamnade i en situation med skuldproblem.

	Vet du vem du skulle vända dig till om du hamnade i en skuldfälla?		Totalt
Kön	Ja	Nej	
Man	12	6	18
Kvinna	29	18	47
Totalt	41	24	65

Tabell 12 Hur söka hjälp

Som vi kan läsa i teorin skall alla städer erbjuda Skuldrådgivning trots detta vet majoriteten (62 %) inte om det. Ungefär 50 % av männen och 60 % av kvinnorna är inte medvetna om var man kan få skuldrådgivning.

	Vet du att man kan få skuldrådgivning		Totalt
Kön	Ja	Nej	
Man	6	12	18
Kvinna	19	28	47
Totalt	25	40	65

Tabell 13 Hjälp genom skuldrådgivning

På fråga nummer 13 och 14 får respondenten svara på frågor angående skuldsanering, om de är medvetna vad det innebär och hur man ansöker om det. I fråga 13 kunde man se en signifikant skillnad i svaren bland kvinnorna och männen då ungefär 67 % av männen visste om att man kan bli av med skulder med hjälp av skuldsanering medan endast 43 % av kvinnorna visste om det. Gemensamt räknat visste ungefär hälften om det.



Tabell 15 Hjälp genom skuldsanering



Tabell 14 Saneringsansökan

Av de ca 50 % som svarade ja på frågan angående vetenskapen om skuldsanering får man i fråga 14 svar på om de även vet hur man ansöker om det. I svaren kan man se att betydligt färre vet hur man går till väga då man ansöker om skuldsanering. Bland kvinnorna och männen är det 10 respektive 4 stycken som svarat ja på frågan, vilket motsvarar 22 % av totala antalet respondenter.

5 DISKUSSION

Under denna rubrik kommer forskningsresultatet att länkas samman med teorin, genom att strategiskt gå igenom forskningsfrågorna ”bakgrunden till att ta ett sms-lån”, ”skuldfällans fortlöpande” och ”hur ungdomar tar sig ur skuldfällan”. Om resultatet är jämförbart med teorin kommer att diskuteras nedan.

5.1 Bakgrunden till att ta ett sms-lån

De två första frågorna i enkäten är inledande frågor kring ålder och kön, dessa är inte jämnt fördelade bland respondenterna vilket betyder att slutsatser kring en viss grupp (t.ex. män i åldern 22-25) inte kommer att dras, dock kommer könen att jämföras med varandra. Orsaken till att könen jämförs är för att se om det finns signifikanta skillnader i någon fråga.

Uppväxt och fostran kan i teorin ses ha en stor påverkan på attityder till pengar och hur man hanterar dem. Under rubriken ”attityder till pengar” kan man läsa om hur personernas bakgrund påverkat dem till hur de hanterar pengar i dag och hurdana situationer de hamnat i. Under rubriken sociala faktorer som påverkar ett köp läser vi om hur bakgrund och familj formar en till en viss typ av konsument. I detta fall används dessa faktorer till att förklara varför en person väljer att ta ett sms-lån då de är starkt kopplade till och möjliggör konsumtion. För att ta reda på om teorin stämmer överens med verkligheten frågas det i fråga 3 om respondenten anser att bakgrund och uppfostran påverkar till att ta ett sms-lån. I respondenternas svar kan man se att de flesta ”håller med om” vad det står i teorin. Över hälften anser att det påverkar mycket eller ganska mycket medan 20 av de 65 svaranden ansåg att det påverkar till en viss del. Av respondenterna var det 9 % som ansåg att det inte har så stor påverkan. Med det resultatet kan man dra slutsatsen att bakgrund uppfostran påverkar till att ta ett sms-lån och att det stämmer överens med teorin.

I följande fråga svarar respondenten på hur mycket snabbheten och enkelheten i att ta ett sms-lån påverkar till att ta denna typ av kortfristiga kredit. Resultatet visar att majoriteten (86 %) anser att det har en stor påverkan. Som det står i teorin under rubriken sms-lån går det otroligt snabbt att få pengarna på kontot (Elinder 2015 s. 137).

Under rubriken sms-lån kan man även läsa att villkoren kan vara svårförståeliga och att en del information inte framkommer från början (YLE 2016). Marknadsföringen av dessa konsumentkrediter har kritiserats och därav frågas det i fråga 5 om respondenterna anser att det är en bidragande faktor till att ta ett sms-lån. Av respondenterna anser majoriteten (85 %) att det har en påverkan. Slutsatsen att snabbheten och enkelheten har en påverkan kan dras.

Den sista bakgrundsfrågan handlar om det som kan kopplas till dagens konsumtions-samhälle (Schön 2009 s.31-35). Konsumtionen i dag är stor och sms-lån ger snabb möjlighet till detta. Därför utreds det i fråga 6 om någon av respondenterna skulle kunna tänka sig ett sms-lån för att konsumera eller betala räkningar vilket anses av Minna Mattila på Helsingfors stads skuldrådgivning vara början på en ond skuldspiral (HBL 2016). Av respondenterna var det fyra män och tre kvinnor som kunde tänka sig ta sms-lån. En av männen kunde tänka sig ta för både konsumtion och räkningar medan de tre andra kunde tänka sig ta för fest och resor. De tre kvinnorna som kunde tänka sig ta sms-lån skulle ta det för fest, shopping och resa. En av männen hade tagit ett sms-lån och skrev här ”resa, aldrig igen”. Även att majoriteten inte skulle ta ett sms-lån visar svaren att ungefär 15 % skulle kunna tänka sig ta det för att konsumera och/eller betala räkningar. Detta kan kopplas samman till att vi lever i ett samhälle där konsumtion spelar roll. De personliga faktorerna som förklaras under faktorer som påverkar ett köp har stor betydelse i denna fråga då dessa faktorer påverkar vilken typ av konsument man är. Procentuellt kunde 22 % av männen och 6 % av kvinnorna kunna tänka sig ta ett sms-lån vilket kan ses som en signifikant skillnad mellan könen.

5.2 Skuldfällans utveckling

Då bakgrunden till att ta ett sms-lån är utrett följer frågor kring skuldfällans fortlöpande. Frågorna är ställda så att även om man inte har egna erfarenheter om att hamna i en skuldfälla kan svaren användas i forskningen, genom att ta i beaktanden egna uppfattningar och erfarenheter av bekanta.

I teorin kan vi läsa att sms-lånen ökat kraftigt under senaste åren (Elinder 2015 s. 137) och att det speciellt är ungdomar som hamnar i en skuldfälla p.g.a. dem (HS 2017). Minna Mattila som jobbar på Helsingfors stads skuldrådgivning berättar att ett ödesdigert val är att ta ett sms-lån för att täcka andra räkningar eftersom det kan orsaka en ond

skuldsprial (HBL 2016). I frågeformuläret får respondenterna svara på egna erfarenheter kring att ta ett sms-lån och av vilka orsaker de valde att ta denna kortfristiga kredit. Avsikten är även att ta reda på om någon av respondenterna skulle kunna råka ut för just den skuldspirall Mattila berättar om, alltså om det stämmer överens med teorin. Av respondenterna var det 20 stycken som kände någon som dem veterligen tagit sms-lån och 2 som själv tagit sms-lån. Av dem som kände någon som tagit sms-lån hade 3 stycken gjort det för att betala räkningar medan en av dem som själv tagit hade gjort det p.g.a. den orsaken. Med de svaren kan man göra slutsatsen att det finns ungdomar bland respondenterna som skulle kunna råka ut för skuldspiralen som Mattila pratar om. Då en av personerna som tagit ett sms-lån svarade "resa, aldrig igen" kan man konstatera att lärande som man kan läsa om under faktorer som påverkar ett köp haft påverkan eftersom det skett en förändring i beteende till följd av erfarenhet och konsekvenser. (Mossberg & Sundström s.123)

I teorin beskrivs skuldfällan. Det första skedet efter en obetald räkning är en betalningspåminnelse, vilket skickas ut två och fyra veckor efter en räkningens förfallodag. Betalas räkningen inte efter påminnelsen går den vidare till ett indrivningsföretag som skickar ut krav på betalning, kostnader kan tillkomma men är fortfarande en form av frivillig indrivning, alltså eget val. Betalas inte räkningen genom frivillig indrivning kan fordringsägaren dra ärendet inför domstol och det kan övergå till juridisk indrivning. Detta innebär att fordran i första hand dras av från lönen varefter ägodelar utmäts (Konkurrens- och konsumentskyddsverket). Om respondenten känner till hur denna skuldfälla fortlöper får hen svara på i fråga 11. I resultatet kan man se att största delen är medveten om hur loppet av obetalda räkningar ser ut. Endast 9 stycken av de 65 svaranden kan inte svara ja på frågan om skuldfällans fortlöpande.

5.3 Att ta sig ur en skuldfälla

Den sista forskningsfrågan handlar om att ta reda på om ungdomarna vet hur de skulle ta sig ur skulder och vem man kan vända sig till. För att kunna svara på frågorna om att ta sig ur en skuldfälla behöver respondenten inte själv ha hamnat i en.

I fråga 14 utreds det om respondenten vet vem hen skulle vända sig till om hen hamnade i skuldproblem, vilket majoriteten av respondenterna svarar ja på. Dock är det 24 stycken respondenter som inte vet var de kan ta hjälp om de skulle hamna i en skuldfälla. I

frågan därpå svarar respondenten på om hen vet att man kan få hjälp med sina skulder genom rådgivning. Som vi läser i teorin kan man få hjälp med hantering av privatekonomin genom skuldrådgivning, vilket varje stad ska erhålla och man kan även få kommunbeviljade krediter med goda villkor (Suomi.fi). Detta visar sig inte vara känt bland respondenterna eftersom 40 av de 65 svaranden inte vet att man kan få skuldrådgivning. De två sista frågorna kring att ta sig ur en skuldfälla är frågor om skuldsanering, vilket man med hjälp av kan komma ur omöjliga skulder genom att få en saneringsansökan beviljad i tingsrätten (Konsument- och konkurrensverket). På fråga 16 svarar respondenten om hen vet att man kan bli av med skulder genom skuldsanering. Baserat på svaren kan man konstatera att majoriteten av respondenterna inte har höga kunskaper om skuldsanering eftersom över hälften av svaren på frågan är nej. Kunskaperna skiljde sig lite mellan könen, dryga 40 % av kvinnorna är medvetna om skuldsanering medan närmare 70 % av männen vet om det. Den andra skuldsaneringsfrågan ger svar på om respondenten vet hur man ansöker om skuldsanering. Av de som svarar ja på föregående fråga kan ungefär en tredje del även svara ja på denna. Bland dem som svarat ja på frågan är majoriteten, 10 stycken män medan det av kvinnorna endast är 4 stycken, totalt 22 % av respondenterna.

6 SLUTORD

Unga vuxnas skuldsättning på grund av sms lån har redovisats i arbetet och syftet har uppnåtts. Jag känner mig nöjd med arbetet och det har för mig personligen varit mycket lärorikt. Jag har funderat över hur man kunde förbättra situationen så att färre skulle bli skuldsatta i ung ålder och minska det ökande samhällsproblemet kring sms-lån. Liksom respondenterna anser jag att kunskap är viktigt för att förstå innebörden i att ta ett sms-lån. Personligen tycker jag att privatekonomi borde införas i ämnet samhällslära för att öka kunskapen bland unga. Idag baseras ungdomars kunskap i stor grad på det de lär sig från sin omgivning vilket skulle behöva kompletteras med teoretisk kunskap i skolan. Ekonomi är en väsentlig del genom livet och att ha god förståelse för det och vad effekten blir då man tar ett lån tror jag bidrar till ett samhälle där färre blir skuldsatta. Som man kan läsa i teorin är sms-lån svåra att reglera via lag eftersom låneföretagen alltid är steget före och därav är kunskap otroligt viktigt.

KÄLLOR

Tryckta källor

Böcker

Bryman, Alan & Bell, Emma, *Business research methods*, 3rd edition, Hong Kong: Graphicraft Limited, 765 p.

Elinder, Mikael. 2015, *Den ekonomiska människan*, 1 uppl., Lund: studentlitteratur, 232 s.

Laine, Vesa & Vilkkio-Riihelä, Anneli. 2008, *Känslor, motiv och tänkande*, Schildts & Söderströms förlag, 185 s.

Mossberg, Lena & Sundström, Malin 2014, *Marknadsföringsboken*, 1:4 uppl., Lund: Studentlitteratur 394 s.

Schön, Emil. 2009, *Konsumtionsboken- köpfrossa i en febrig värld*, 1 uppl., Kristianstad: Miljöförbundet Jordens Vänner 110 s.

Svanbäck, Andrea & Wiraeus, Julia 2012, *Det luktar inte- en antologi om pengar och ångest*, Helsingfors: Söderström 102 s.

Thorén, Torsten 2013, *Källkritik*, 3 uppl., Liber AB, 254 s.

Elektroniskt material

E-uppslagsverk och e-ordböcker

2017. *Nationalencyklopedin*,
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/kvantitativ-metod> Hämtad
24.3.2017

2018. *Nationalencyklopedin*, <https://www-nese.ezproxy.arcada.fi:2443/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/r%C3%A4nta> Hämtad 24.2.2018

2018. *Nationalencyklopedin*, <https://www-nese.ezproxy.arcada.fi:2443/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/sms-l%C3%A5n> Hämtad 24.2.2018

2018. *Nationalencyklopedin*, <https://www-nese.ezproxy.arcada.fi:2443/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/effektiv-r%C3%A4nta> Hämtad 24.2.2018

Öppet material tillgängligt på internet

Adentifierade ansökningshandlingar, Diva-portal.se. Tillgänglig: <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:196326/FULLTEXT01.pdf> Hämtad 25.4.2017

Betalningsanmärkningarna ökar rekordsnabbt, HBL 2016. Tillgänglig: <https://www.hbl.fi/artikel/betalningsanmarkningarna-okar-rekordsnabbt/> Hämtad 17.2.2017

Ekonomisk rådgivning och skuldrådgivning, Suomi.fi. Tillgänglig: https://www.suomi.fi/suomifi/svenska/service_enligt_tema/beskattning_och_finansiering/hantering_av_utgifter_och_inkomster/ekonomisk_radgivning_och_skuldradgivning/ Hämtad 24.3.2017

Forskningsstrategier, Wordpress. Tillgänglig: forskningsstrategier.wordpress.com Hämtad 27.9.2017

Förutsättningarna för skuldsanering, Konsument- & konsumentverket. Tillgänglig: <https://www.kkv.fi/sv/information-och-anvisningar/betalning-rakningar-och->

indrivning/betalningsdrojsmal-och-indrivning/skuldsanering/velkajarjestelyn-edellytykset/ Hämtad 24.3.2017

Indrivningskostnader och indrivningsprocessen, Konsument- & konkurrensverket. Tillgänglig: <https://www.kkv.fi/sv/information-och-anvisningar/betalning-rakningar-och-indrivning/betalningsdrojsmal-och-indrivning/indrivningskostnader-och-indrivningsprocessen/> Hämtad 22.3.2017

Kalliit pikavipit eivät kadonneet: Vanhat ongelmat piilevät nyt uusissa tuotteissa, YLE 2016. Tillgänglig: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/04/07/kalliit-pikavipit-eivat-kadonneet-vanhat-ongelmat-piilevat-nyt-uusissa> Hämtad 17.2.2017

Konsumentrådgivning, Konsument- & konkurrensverket. Tillgänglig: <https://www.kkv.fi/sv/konsumentradgivning> Hämtad 2018.02.24

Kvalitativ metod, studeravidare.se. Tillgänglig: <http://www.studeravidare.se/jobb-och-karriar/examensarbete/kvalitativ-metod> Hämtad 25.4.2017

Kvantitativ metod, studeravidare.se. Tillgänglig: <http://www.studeravidare.se/jobb-och-karriar/examensarbete/kvantitativ-metod> Hämtad 25.4.2017

Nuoret velkaantuvat pikavipeillä, ja se on myös aikuisten syytä sanoo talousneuvoja - Näin opetat lastasi käyttämään rahaa järkevästi, HS 2017. Tillgänglig: <http://www.hs.fi/elama/art-2000005060483.html> Hämtad 17.2.2017

Om garantistiftelsen, [garantistiftelsen.fi](http://www.garantistiftelsen.fi). Tillgänglig: <https://www.takuusaatio.fi/sv/garanti-stiftelsen/om-garanti-stiftelsen> Hämtad 24.2.2018

Pikavippien mainonta osittain harhaanjohtavaa, Financer.som Tillgänglig: <https://financer.com/fi/pikavippien-mainonta-osittain-harhaanjohtavaa/> Hämtad 24.2.2018

Regeringens preposition till riksdagen med förslag till lag av ändring om skuldsanering för privatpersoner och till vissa lagar som har samband med den, RP 83/2014. (r.d.).
Tillgänglig: <http://www.finlex.fi/sv/esitykset/he/2014/20140083.pdf> Hämtad 17.2.2017

Skuldsanering för privatpersoner, yrittajantukiverkko.fi. Tillgänglig:
<http://yrittajantukiverkko.fi/se/databas/skuldsanering-for-privatpersoner/> Hämtad
24.3.2017

Utsökning, [Ulosotto.fi](http://ulosotto.fi). Tillgänglig:
<https://oikeus.fi/ulosotto/sv/index/velallisenautosotossa/ulosmittaus.html> Hämtad
20.3.2017

Vertaa ensin, [Vertaaensin.fi](http://vertaaensin.fi) Tillgänglig:
<https://www.vertaaensin.fi/laina/kulutusuotto/tulokset?comingFromFunnel=1&category=termLoan&wantToBorrow=1000&wantToBorrowTime=12&wantToBorrowTimeUnit=month&age=30&monthlyIncome=2500&ownershipStatus=homeowner&employmentStatus=permanent&maritalStatus=single> Hämtad 24.2.2018

Bilagor

Enkäten

Kön

☐ Man

Ålder

☐ 18-21

☐ 22-25

☐ 26-29

- ☐ Nej
- ☐ Vet ej

Hur mycket anser du att uppväxt och fostran påverkar till att ta ett sms-lån?

- ☐ Mycket
- ☐ Ganska mycket
- ☐ Till en viss del
- ☐ Ganska lite
- ☐ Lite
- ☐ Vet ej

Villkoren för sms-lån kan vara svårförståeliga. Anser du att just det kan bidra till oväntade skuldproblem?

- ☐ Ja
- ☐ Nej
- ☐ Vet ej

Att ta ett sms-lån är väldigt enkelt. Hur mycket anser du att just det påverkar till att ta ett sms-lån?

- ☐ Mycket
- ☐ Ganska mycket
- ☐ Till en viss del
- ☐ Ganska lite
- ☐ Lite
- ☐ Vet ej

Känner du någon som dig veterligen tagit ett sms-lån?

- ☐ Ja
- ☐ Nej

Varför valde personen att ta ett sms-lån?

- ☐ Ingen jag känner har mig veterligen tagit ett sms-lån
- ☐ Enkelt
- ☐ Snabbt
- ☐ För att betala räkning
- ☐ Vet ej
- ☐ Annat, vad?

Har du tagit ett sms-lån?

- ☐ Ja
- ☐ Nej

Varför valde du sms-lån som finansieringslösning?

- ☐ Har inte tagit sms-lån
- ☐ Enkelt
- ☐ Snabbt
- ☐ För att betala räkningar
- ☐ Annat, vad?

Skulle du kunna tänka dig ta sms-lån vid något av följande tillfällen?

- ☐ Fest
- ☐ Shopping
- ☐ Resa
- ☐ För att betala räkningar
- ☐ Nej
- ☐ Annat, vad?

Är du medvetan att skuldfällan fortlöper genom betalningspåminnelse, betalningsanmärkning, indrivning, tingsrätten och utmätning?

- ☐ Ja
- ☐ Nej

Hur mycket anser du att låg kunskap om skuldfällans förlopp bidrar till ett större skuldproblem då man har betalningssvårigheter?

- ☐ Mycket
- ☐ Ganska mycket
- ☐ Till en viss del
- ☐ Ganska lite
- ☐ Lite
- ☐ Vet ej

Vet du vem du skule vända dig till om du hamnade i en skuldfälla?

- ☐ Ja
- ☐ Nej

Vet du var man kan få skuldrådgivning?

- ☐ Ja
- ☐ Nej

Vet du att man kan bli av med skulder genom skuldsanering?

- ☐ Ja
- ☐ Nej

Vet du var man ansöker om skuldsanering?

- ☐ Ja
- ☐ nej